



Globo reitera força do marketing de propósito

Parceria entre a emissora, Grupo RB e BETC/Havas trouxe conteúdo educativo, tutoriais de limpeza e desmistificação sobre o uso de medicamentos



Com o consumidor mais atento aos cuidados de higiene da casa e com a saúde da família, as categorias identificaram uma oportunidade para trazer inovações e reforçar o relacionamento com o consumidor. A comunicação transparente, com foco no conteúdo e propósito foi a grande aliada nesse processo.

Cientes dessa necessidade, a Globo, o Grupo RB (Reckitt Benckiser) e a agência BETC/Havas deram início a uma parceria para desenvolvimento de ações de conteúdo educativas, com tutoriais de limpeza e desmitificação sobre o uso de medicamentos, para reforçar os atributos das diferentes marcas do Grupo RB junto ao consumidor – produtos ainda mais valorizados pelos brasileiros durante a pandemia.

“Um dos aprendizados que podemos tirar da pandemia é que a superação de uma crise depende do desenvolvimento de soluções eficientes, que combinem assertividade e confiança. Ser transparente, investir em soluções de comunicação que conversem diretamente com os consumidores certos, no momento correto e que mostrem que as marcas estão dispostas a ajudar as pessoas é essencial.

FONTE: <https://propmark.com.br/midia/globo-reitera-forca-do-marketing-de-propósito/>



E as ações que desenvolvemos em parceria com o Grupo RB e a BETC/Havas mostram, na prática, como esse entendimento é fundamental para fortalecer a relação entre todos os elos da cadeia”, comenta Eduardo Schaeffer, diretor de negócios integrados em publicidade da Globo.

Atualmente, a parceria colocou em prática uma grande iniciativa focada no propósito da marca Veja, que é “levar amor a todos os lares”, por meio da valorização das trabalhadoras domésticas, conscientizando a sociedade sobre a importância da profissão. Composta por ações de conteúdo na programação da Globo, tem como proposta promover uma conversa entre uma trabalhadora doméstica da vida real, a influenciadora Verônica Oliveira, do perfil @faxinaboa, e a atriz Sabrina Petraglia no palco do ‘Encontro’. Também estão sendo veiculadas ações de Veja Desengordurante no ‘Auto Esporte’, mostrando o potencial de ação do produto em manchas difíceis.

OUTRAS AÇÕES

Naldecon foi a primeira marca do Grupo RB a comprovar uma entrega flexível e personalizada, com ações realizadas em parceria com as afiliadas TV Bahia e Verdes Mares.

FONTE: <https://propmark.com.br/midia/globo-reitera-forca-do-marketing-de-proposito/>



“No Grupo RB Brasil, estamos sempre em busca de novas oportunidades e precisamos cada vez mais aproximar o consumidor de nossas marcas, mostrando os benefícios de nossos produtos e o que nos torna diferente. Por isso, estamos adequando nossas ações para cada região de forma mais personalizada, com uma comunicação que carregue uma mensagem mais singular, porque entendemos que o Brasil é um país de dimensões continentais e precisamos tratar as regiões de maneira específica para que as entregas sejam mais objetivas e eficazes”, afirma Bruno Widmer, gerente de marketing digital da RB Health & Nutrition Comercial.

Já a marca Vanish, também do Grupo RB, obteve destaque em ações para o GShow, ‘Encontro’, ‘É de Casa’ e inserções nos programas de entretenimento das afiliadas para reforçar o seu propósito de “Ajudar as roupas a viverem muitas vidas” incentivando os cuidados e o consumo consciente.

O projeto de lançamento da marca Lysol no Brasil também fez parte dessa parceria, com ações nos programas ‘Encontro’, ‘Bem Estar’ e ‘Conversa com Bial’, nos meses de outubro e novembro. O projeto contou com entrevistas da Dr. Jacqueline Góes, biomédica e pesquisadora que auxiliou a sequenciar o genoma do novo



coronavírus no Brasil, para falar com o público das atrações sobre prevenção e cuidados com a saúde. A marca, possui o propósito de manter as pessoas livres de germes causadores de doenças, quer promover a educação para hábitos saudáveis, entre eles a desinfecção.

“Estamos atentos aos novos formatos de conteúdo e queremos levar informações que sejam relevantes aos nossos consumidores diante do contexto em que estamos vivendo. A parceria com a Globo e a BETC é essencial nesse processo ao permitir ações personalizadas, multiplataformas e adequadas a cada público e praça”, afirma Vanessa Bentivegna, head de media e digital transformation da RB Higiene Comercial.

“Esse projeto é fruto de um minucioso trabalho de construção, que realizamos durante todo esse ano. Semanalmente, BETC, RB e Globo mapeavam todas as oportunidades de conteúdo para que tivéssemos essa conexão entre oportunidade e agilidade. A parceria deu muito certo, porque diversos trabalhos incríveis foram para a rua. A RB ganhou ainda mais amplitude, passando de anunciante de mapas rentáveis para conquistar o reconhecimento dos anunciantes de grande relevância, tanto em qualidade como em contexto”, afirma Carla Gagliardi, vice-presidente de canais e engajamento da BETC/Havas.

FONTE: <https://propmark.com.br/midia/globo-reitera-forca-do-marketing-de-propósito/>



comercialonline.tv.br